

面向 21 世纪的中国出版业:机遇与挑战

何 皓

(武汉大学出版社,湖北 武汉 430072)

〔作者简介〕何皓(1964-),男,河北深县人,武汉大学出版社副编审,主要从事编辑、出版学研究。

〔内容提要〕新旧世纪更替之际,中国出版业面临良好的发展机遇。以出版物为核心的管理机制、出版活动运作方式的选择、出版工作结构体制的整合、与世界出版业的交融以及搞活出版工作的根本突破口是当前出版工作改革的重心。面对困难和挑战,出版业界应提出相应的对策。

〔关键词〕21 世纪;出版业;机遇与挑战

〔中图分类号〕G 23 〔文献标识码〕A 〔文章编号〕1000-5374(1999)06-0146-04

在 20 世纪行将结束,21 世纪即将到来之际,系统地回顾 20 世纪中国出版业的发展历程,总结其成功的经验和失误的教训,分析亟待改进和完善的方面,探求解决问题的可行方法与努力的方向,以期明晰 21 世纪中国出版业的历史使命,无疑是十分必要的。

自新中国成立以来,中国出版业从新生到发展到不断壮大,其间虽也经历过挫折,但它在促进精神文明和物质文明建设中所取得巨大成就是有目共睹的。改革开放给出版工作带来了新的生机,党的十五大提出新闻出版业要“加强管理,优化结构,提高质量”,为出版工作的发展指明了前进的方向。出版业的发展机遇,大而言之,来自党的十五大确定的“把建设有中国特色社会主义事业全面推向 21 世纪”的伟大战略,即以经济建设为中心,寻求经济体制改革的突破,政治体制改革继续深入,精神文明建设切实加强,实现经济发展和社会全面进步的宏观背景。它来自社会发展对出版业同步发展的客观要求。小而言之,则来自出版业自身求生存、求发展的内在动力。出版工作是在不断改革中求得生存和发展的,改革所遇到的层出不穷的新情况、新问题和新的矛盾,使出版工作面临着前所未有的新的挑战,这些新的矛盾的解决,带给出版工作的即是新的发展机遇。

因此,在我们试图就中国出版业的未来作出某些前瞻性思考之前,理所当然地应当将研究的视角首先放在对出版工作目前现状把握的基础上。只有通过当前出版活动的正确分析,才能对面向 21 世纪中国出版业的机遇与挑战有深刻认识。有鉴于此,本文选取了出版工作实践的若干主要范畴

展开讨论。

一、以出版物为核心的管理机制

出版物是出版活动最集中、最具体的体现。无论人们采用什么角度或方法审视出版工作,作出形形色色的评判,归根结蒂都必须以出版物的优劣多寡作为最基本的评估标准。广义地讲出版物的管理应是出版管理实践的核心。出版物的管理始于选题终于成品图书,涉及方方面面的诸多内容。

出版业的选题管理施行的是由出版社申报主管部门审批制度,这种有别于西方国家管理方法所具有的优越性包括便于选题规划的宏观调控、便于选题取舍的管理等。我们认为,选题报批制度的本身是无可厚非的,是符合中国国情的。但在该项制度的具体实施方面存有一些问题。譬如审批部门应在多大程度上介入选题计划?举一个例子,避免选题过度重复属于出版管理的内容之一。设想邱吉尔的传记在某一年或连续几年版本太多太滥,如何调控?如果一律不准再出了,显然剥夺了该项研究不断深入、提高的可能。如果舍此取彼,在操作上又如何能做到确保选择理由的充分呢?出版管理部门毕竟不同于单个的出版实体,况且每个出版企业均有着不容忽视的自主经营的权利。当然,这里反映的只是问题的一个方面。

出书规模是衡量一个国家综合出版实力的重要标志。有关统计表明,新中国成立以来,我国年出书种数呈逐年上升趋势。由于众所周知的原因,1967 年出书种数骤然降至历史的最低点。即便如此,倘若以该年为基点,这种逐年上升的趋

势也是丝毫没有改变的。^①1997 年,我国出书种数为 12 万,新书 6.7 万,总印数 73 亿。从绝对数看这个数字在世界上是首屈一指;但从人均数看则又是低得不堪入流。而这恰恰也是一些人认为我国出版业极其落后的重要证据。需要说明的是笔者对这种看法并非赞同。然而,到底怎样的出版规模才是与社会发展相适应的,这确是一个值得我们认真研究的理论问题。它事关出版业的发展大计,从根本上决定着出版行业的发展规模和努力方向,同时还是众多出版管理决策的基本依据。

以出版物为核心的管理机制更普遍地表现在通过出版政策的改进和完善寻求出版业持续稳定发展的新的机遇。管理机制的变革是出版改革的前提和必然。其目标在于顺应出版业发展的需要,以促进出版物质量的提高和出版事业的繁荣为目的,革新束缚出版生产力进步的陈规陋习。当务之急是努力提高管理效率与工作效能,用行之有效的保障机制、激励机制激发出版企业的创造力,用包括法制和各种监督手段在内的科学的管理规程规范出版企业的经营行为,形成利于出版物生产的良好出版氛围。出版企业则应以此为契机,通过人事、分配、管理制度的改革实现经营机制的转换,造就出高质量、高效益出版物源源不断产生的结构基础。可见,抓住了出版物这个主要矛盾,即是抓住了自上而下出版管理机制转变的动力,进而也即是为出版业新一轮的发展奠定了坚实的基础。

二、出版活动运作方式的选择

出版活动运作发生在宏观和微观两个层面上。宏观出版活动主要表现在国家指导和总体规划方面。微观出版活动由全部出版工作实体,包括出版、发行、印制等具体部门来承担。它们是出版活动的主体和最直接的运作者。其中集编印发等多项功能于一体的出版社的运作方式所涉及的方面尤显复杂和具代表性。这里我们即以此为例探讨有关问题。

新时期出版工作变革中的一个不容回避的事实是曾经出现过的,与全国企业改革几乎同步发生在部分出版社的“承包经营”试验。客观地讲这纯属一些出版社的自发行为,查遍有关文献丝毫找不到出版管理部门推动或鼓励的证据。出版社经营承包制一度喧嚣尘上,影响不小,但实践证明是行不通的。国家有关部门予以坚决纠正的同时,停业整顿了部分出版社并对其严重者做了摘牌处理。

出版社经营承包制错了。除去少数“一切向钱看”者,对相当部分的经营而言,其初衷恐怕不乏希图靠“承包”的灵丹妙药调动职工积极性的成分。问题在于作为精神文化产品生产者的出版社有着与物质产品生产企业截然不同的特性。但出版企业的的确是是需要引进竞争机制,激发每一位职工工作热情的。换言之,能否做到这一点可以说是决定其出版活动运作方式选择成败的关键。

不言而喻,分配制度在相当大的程度上影响到个人积极性的发挥。于是各出版社或多或少地将经济效益与个人收益挂起钩来。作为辅助措施,有的出版社制定出针对个人的多

项指标体系,如编辑完成文字量指标、获奖图书数指标、利润指标等。如此看来似乎合情合理,无可挑剔。但在具体操作上如何确保这类指标体系的科学性,却大有仔细推敲之必要。一言以蔽之,这也绝非易事。况且即便建立起较为理想的指标体系,又如何防范某些人应付式地完成其中一些指标(或者采取权衡之计)而片面追求经济指标呢?如是又怎样保证作为一个整体的出版社最大限度地发挥其应有的社会功能呢?还有出版工作的各个环节指标体系之间的关系如何处理,也是一个难度较大的问题,我们还远远没有解决好。

我们认为,出版社内部既然存在着分工,就应有各个部门不同的目标责任。同时,出版社更作为一个整体存在,其合力的作用则应是主流。为使整体效应得到充分的实现,出版社必须认真协调好各种因素各个环节之间的关系。如何在出版活动运作方式上作出正确的选择,是我们所面临的一项严峻的挑战。

三、出版工作结构体制的整合

当前省、市、区各地如出一辙、基本雷同的出版产业结构模式受到来自各方众口一词的责难。出版产业均衡发展格局暴露出的结构性矛盾日益显著。以优化结构、提高集约化程度为目的的出版体制重组问题突出地摆在了我们面前。出版工作结构体制整合策略就如同数字排列组合的魔方,从概率上看大得惊人。当然这仅仅是一种理论值,我们无意不厌其烦地罗列各种可能的情形。这里只就已露端倪的主要动态进行扼要分析。

出版体制整合发于出版社的“造大船”实践。出版集团的出现已有时日,不少省份成立了省级的出版集团(或出版总社)。这类通常是某一省全部出版社的集合体,是一种松散的联合。其特点一是随着称谓的改变作为对外活动的整体形象得到了加强,二是集团的实际领导者——新闻出版局对各社经营活动的参与和其间关系协调的功能有所强化。但如果仅仅只有这些变化,则与国家新闻出版署提出的“……优化产业结构,盘活存量资产、优化增量资产,通过资产重组,实现规模经营,提高新闻出版业的集约化经营能力”^②的要求相差甚远。倒是一些报业集团的建立(如广州日报报业集团、文汇新民联合报业集团),还有少量通过几家出版社合并组建的实体(如由人民美术出版社、中国连环画出版社、荣宝斋出版社组建的中国美术出版总社)等给人耳目一新的感觉。

在操作上,某些相同环节(如印刷或发行)的个体间联合相对容易实现。不同环节间的联合由于各方需求意愿的差异而难以形成。跨省间的出版社重组若现行出版管理体制不发生根本性变化则几乎是不可能的(尽管这种重组是如此意义深远,如此有必要)。

出版工作结构体制的整合不单单是机构的整合,正如大型出版集团注定是少数,对绝大多数出版实体(尤其是出版社)来讲,产品结构的整合是极端重要的。其中如何形成单个出版社或某一地区群体的产品特色,并通过这些个体特色的培育进而构筑鲜明的出版业整体结构,将使出版界的历史责

任感尤为凝重。当前出版界在评价出版社时对销售码洋指标的过倚重可能带来的误导,到了让人担心的地步。其实,如果拿科技社和少儿社相比,码洋的多少简直就不能说明任何问题。还有中小学教材教辅在全行业活动中占绝对多数比例,但在通常各种统计中并未作出有效区分的事实,掩盖了出版活动发展规律的真相,同时也导致了竞争的不公平等一系列问题。对此应引起管理层的高度重视。

四、与世界出版业的交融

世界出版业是一个整体,它不仅是各国出版业规模上的相加,而且是各国出版活动相互融合、彼此参与的结果。改革开放以来中国出版业在不断壮大自身实力,扩大在世界出版业中的份额的同时,迈出了走向世界、参与世界出版竞争的步伐。从现状看,中国出版业与世界出版业的交融体现在国内出版商对外交往和交流活动日益频繁、对外合作出版和版权贸易工作得到加强等。然而,我国对外版权贸易在数量上还十分有限,并且存在着严重的贸易逆差,在质量内涵上也不理想。1997 年国家版权局曾对我国加入两个国际著作权公约(1992 年)以来的有关情况进行了统计,我国 5 年间对外国的版权输出不到 400 种,而每年从国外引进版权则达千余种。^③

上述数据表明,我国出版业与世界出版业的交融度尚低。根据有关权威人士分析,造成这种现象的原因与各地主管部门重视不够、组织规划不力关系极大。可见,不管从哪方面看这里均存在着很大的发展空间,潜力巨大,如何采取得力措施促进中国出版业与世界全面接轨是我们责无旁贷的一项严峻任务。

与世界出版业的交融渗透不仅是奠定作为出版大国的国际地位,弘扬光辉灿烂的祖国文化,提升中华文明对人类社会贡献的需要,而且是面向 21 世纪的中国出版业求生存、促发展的历史性机遇。版权和图书产品输出量的扩大,将使我们逐渐扩大世界图书市场占有率,获得自身发展所必需的宝贵经济基础。另一方面,受制于包括科技文化水平、人力资源等在内的多种因素,任何一个国家的出版资源都是有限的。通过吸收引进国外出版界的先进、有益成分和优秀成果,可以起到丰富国内出版物市场、增强出版企业竞争力的作用。过去的几年,一些出版社正是在同国外同行的交流中尝到了不少的甜头。

与世界出版业的交融过程中,国外企业咄咄逼人的攻势已经成为我们不得不认真对待的问题。这是近几年来中国出版业遇到的新挑战,将在今后一段时期内愈加激烈。德国贝塔斯曼公司争夺中国市场,在短短的时间内已发展会员 50 万之众。还有其它一些世界大型出版集团跃跃欲试或已成功抢滩,令出版界的有识之士深切地感受到了“狼来了”的巨大压力。这也再次印证了出版业通过结构重组,建立大型出版集团,提高企业竞争力的必要性和紧迫性。

五、从局部到整体:搞活出版的根本突破口

出版工作的各个环节相互制约,它们之间的协调状况决

定了整体功能发挥的程度。出版系统的进步有赖于各环节间新的协调关系的不断建立。当我们从全局的观点考察如何推动出版工作系统的方略之时,选择某些关键性环节作为突破口,遵循从局部到整体的逻辑,是可以起到牵一发而动全身的效果的。我们认为,针对当前出版工作的现状,发行工作无疑是搞活出版的根本突破口。这是因为:首先,发行工作是出版流程的最后一道主要工序,是出版工作价值争取得到社会承认的必要步骤。其次,在买方市场逐渐形成的情况下,以图书销售决定产出已成为出版者经营的一项重要原则。第三,当前发行工作弊端颇多,已成为制约出版工作发展的“瓶颈”。

说到发行工作,有必要在此回顾一下前些年出版界关于“买书难”、“卖书难”、“出书难”的大讨论。尽管随着“三难”矛盾逐步得到缓解而舆论渐趋平淡,但离从根本上解决还相差甚远,并且它将作为一道世纪难题带入下个世纪,这是确定无疑的。如果暂且撇开其它因素,站在发行的角度分析,我们不难发现“三难”问题与发行工作关系竟是这般密切:“买书难”,读者买不到书,发行的责任干系极大。“卖书难”,本身就是发行的问题。“出书难”,作者的书出不了,出版社强调市场原因,还是发行。当然,如此抛开一切用近似刻薄的眼光看待发行确实有些偏颇。我们之所以这番分析,是想强调作为至关重要的环节,发行工作在解决这类事关出版工作全局的症结问题时是可以大有作为的。

那么,发行工作究竟应从哪些方面着手呢?笔者认为,发行工作归根到底还是一个销售的问题,它不仅要设法让读者买到想买的书,而且要运用经营的艺术使那些虽然暂时没有购买欲望但有潜在需求的读者形成购买动机。最大限度地促成市场已有全部图书与所有需求的匹配是发行工作追求的理想目标。因此,我们考虑问题的思路不外乎以下两点:其一,在服务质量上做文章。包括服务理念的不断更新、服务环境和服务设施的改善、服务水平的提高等等。这里需要特别强调一下书店售书的可供品种问题。遍布各地星罗棋布的销货店是出版业的窗口,不论是专业店还是综合店都有品种尽可能全和新的要求。品种的数量意味着选择的机会,是最关键的一项服务质量指标。目前品种不足的普遍问题固然有其受门面、资金限制及担心积压等原因,但与经营者“什么书好卖就进什么书”这一看似正确却极端短视的营销观念关系极大。这种片面追求畅销书的结果,给广大读者带来的是不便,给出版者带来的是误导,不利于出版业的繁荣和健康全面发展。其实书店是完全可以“少进勤添”等方法灵活地解决品种问题的。其二,在经营措施上做文章。关于这一点,涉及包括发行体制改革在内的诸多方面,囿于篇幅在此不作展开。我们认为,发展连锁经营、组建股份制的企业集团、实现计算机网络化经营等,都是实践证明行之有效的举措,应不遗余力地大力推广。我们有充分的理由相信,随着发行改革的不断深入和取得长足的进步,必将使出版工作步入良性发展的轨道。

总之,面向 21 世纪的中国出版业机遇与挑战并存,机遇寓于挑战之中。我们应在党的十五大精神指引下,以改革为

契机,以改革为动力,在深化改革中勇敢地面对实践的挑战,在克服各种纷繁复杂的挑战中,为出版业的繁荣创造无限的生机,使中国出版业昂然立于世界之林。

注 释:

- ① 吴江江等:《中国出版业的发展与经济政策研究》,湖北人民出版社 1994 年版。

- ② 新闻出版署:《新闻出版业 2000 年及 2010 年发展规划》,《人大复印报刊资料(出版工作、图书评介卷)》,1998 年第 5 期。
- ③ 沈仁干:《1997 年版权行政管理工作概述》,《中国出版年鉴(1998)》,中国出版年鉴社 1998 年版。

(责任编辑 张 琳)

China's Publisher Facing 21st Century: Chance and Challenge

He Hao

(Wuhan University Press, Wuhan 430072, China)

Author: He Hao (1964-), male, Subeditor, Wuhan University Press, majoring in editing and publishing.

Abstract: Through the analysis of the bright prospect of China's publishing industry in the 21st century, the thesis expounds its rare developing opportunities at the turn of the century. Analyzing the difficulties encountered and the existing problems in the development of China's publishing industry from the historical, realistic and future points of view, the article puts forward some countermeasures from the following aspects for China's publishing industry to meet the challenges: the managerial system with publication as its core; the selection of operation method of publishing; the conformity of the internal structural system; the mingling with the global publishing industry and the basic breakthrough in invigorating China's publishing industry.

Key words: 21st century; publishing industry; chance and challenge